



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ส่วนประกอบการตลาดที่มีผลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (M.B.A.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประกอบการตลาดที่มีผลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นิยามศัพท์ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานนอกเหนือจากการรับประทานอาหารตามปกติ ซึ่งมีสารอาหารหรือสารอื่นเป็นองค์ประกอบอยู่ในรูปเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น โดยมีสารอาหาร "เชิงหน้าที่" ที่ให้สรรพคุณด้านความสวยงาม บำรุงผิวพรรณให้นุ่ม ชุ่มชื้น ยกกระชับ มีน้ำมีนวล และกระจ่างใส

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามภายในระยะเวลา 2 ปีนี้หรือไม่

() 1. เคย (ตอบแบบสอบถามข้อต่อไป)

() 2. ไม่เคย (จบการตอบแบบสอบถาม)

2. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

3. ชั้นปีที่กำลังศึกษา

() 1. ปีที่ 1

() 2. ปีที่ 2

() 3. ปีที่ 3

() 4. ปีที่ 4

() 5. มากกว่าปีที่ 4

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() 1. ไม่เกิน 2,500 บาท

() 2. 2,501 – 5,000 บาท

() 3. 5,001 – 7,500 บาท

() 4. 7,501 – 10,000 บาท

() 5. 10,001 – 12,500 บาท

() 6. มากกว่า 12,500

5. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม
- () 1. น้อยกว่าเดือนละครั้ง () 2. เดือนละ 1 ครั้ง
- () 3. เดือนละ 2-3 ครั้ง () 4. มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามต่อครั้ง (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- () 1. น้อยกว่า 100 บาท () 2. 100 – 500 บาท
- () 3. 501 – 1,000 บาท () 4. 1,001 – 1,500 บาท
- () 5. 1,501 – 2,000 บาท () 6. มากกว่า 2,000 บาท
7. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ตัดสินใจเอง () 2. ครอบครัว
- () 3. เพื่อน () 4. พนักงานขาย
- () 5. ฟรีเซนเตอร์ () 6. โฆษณา
- () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)
8. สาเหตุที่ท่านบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. คุณประโยชน์ที่ได้รับ () 2. ตราที่มีชื่อเสียง
- () 3. ได้รับการรับรองมาตรฐาน () 4. หาซื้อได้ง่าย
- () 5. กระแสสังคม () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)
9. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ร้านขายยาทั่วไป () 2. สถานเสริมความงาม
- () 3. สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต () 4. สั่งซื้อทางโทรศัพท์
- () 5. จากพนักงานงานขายตรง () 6. ร้านขายยาเครือข่าย (ร้านบู๊ทส์, วัดสัน)
- () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่างๆต่อไปนี้ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามอยู่ในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องด้านหลังของแต่ละข้อเพียงช่องเดียว

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ระดับการมีผลต่อการเลือกซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ปัจจัยด้านสินค้า (Product)					
1.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
1.2 มีการรับรองถึงสรรพคุณจากองค์กรที่เชื่อถือได้					
1.3 ชื่อเสียงตราชื่อ					
1.4 บรรจุภัณฑ์สวยงาม					
1.5 มีการแสดงรายละเอียดส่วนผสมชัดเจน					
1.6 มีให้เลือกหลายขนาด					
1.7 ความน่าเชื่อถือ					
1.8 ง่ายต่อการบริโภค					
1.9 สะดวกต่อการพกพา					
2. ปัจจัยด้านราคา (Price)					
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2.2 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง					
2.4 สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า					
2.5 มีการแสดงราคาสินค้าชัดเจน					
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 สามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก					
3.2 สถานที่จัดจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ					
3.3 สถานที่จัดจำหน่ายใกล้ที่พักหรือมหาวิทยาลัย					
3.4 สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ระดับการมีผลต่อการเลือกซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภค					
4.2 มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ					
4.3 พนักงานให้คำแนะนำมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					
4.4 มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร อย่างทั่วถึง					
4.5 มีความหลากหลายของโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม)					
4.6 มีผู้มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์					
4.7 มีการออกงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

◈ ขอขอบคุณค่ะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวกิตติคุณ วิรัตน์เกษ
วัน เดือน ปี เกิด	14 สิงหาคม พ.ศ. 2533
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2550 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญ ลำปาง พ.ศ. 2555 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตสุวรรณภูมิ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2555 - 2557 เจ้าหน้าที่ บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
rights reserved